

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Fitness centrum-založení společnosti s ručením omezeným

Fitness centrum-Setting up a limited Company

Student: Alexandra Trlifajová

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Fabiana Kyselová

Ostrava 2010

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně“. „Všechny přílohy dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.“

V Ostravě 11. května 2011

.....

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Fabianě Kyselové za její vstřícný přístup, čas a připomínky, kterými přispěla k tvorbě této závěrečné práce.

Obsah

1	Úvod	1
2	Teoretická východiska	3
2.1	Základní pojmy	3
2.2	Malé a střední podnikání	4
2.2.1	Vymezení malých a středních podniků	4
2.2.2	Význam malých a středních podniků	5
2.2.3	Výhody a nevýhody malého a středního podnikání	5
2.2.4	Podpora malého a středního podnikání	6
2.2.5	Příčiny neúspěchu malých a středních podniků	7
2.3	Podnikatelský plán	7
3	Problematika založení obchodní společnosti	9
3.1	Společnost s ručením omezeným	10
3.1.1	Založení a vznik a zánik s.r.o.	10
3.1.2	Práva a povinnosti společníků, ručení společníků	11
3.1.3	Orgány s.r.o.	13
3.1.4	Výhody a nevýhody s.r.o.	14
4	Podnikatelský záměr-společnost s ručením omezeným	15
4.1	Postup při založení Alexandria fitness, s. r. o.	16
4.2	Souhrn dokumentů potřebných k založení	18
4.3	Podnikatelský záměr	19
4.3.1	Shrnutí	19
4.3.2	Popis podnikání	20
4.3.3	Marketingový plán	20
4.3.4	SWOT analýza	29
4.3.5	Management	31
4.3.6	Finanční plán	32
5	Shrnutí výsledků šetření	41
6	Závěr	42

1 Úvod

V dnešní době není ani tak velkým problémem samotné založení nové společnosti, ale největším problémem se stává uspět a udržet se na trhu. Tématem bakalářské práce bylo založení fitness centra, společnosti s ručením omezeným.

Důvody výběru právě tohoto tématu jsou jednoduché. Studuji ekonomickou fakultu se zaměřením na sportovní management, proto si myslím, že právě tohle téma bylo výbornou variantou skloubení sportu a ekonomie a odrazilo se zde hodně poznatků a vědomostí z předešlého studia. Fitness centrum bylo zvoleno záměrně, protože, i když se může zdát, že takových center je všude dost, myslím, že i další mají možnost na trhu uspět, protože v poslední době rapidně stoupá zájem lidí o sebe samé, o cvičení, dobrou kondici, nové druhy cvičení pro ženy jako je například zumba, fitbox, jumping, powerplate, apod. a také o doplňkové služby jako je solárium, vířivá vana a sauna, masáže. Úspěšnost takového podnikání spočívá v dobře postavené nabídce služeb, rozumné cenové politice, vybavenosti, informovanosti potenciálních zákazníků a komunikaci s nimi. O všem rozhoduje dobře sestavený podnikatelský záměr.

První část, která je nazvána „teoretická východiska“, je zaměřena na vysvětlení klíčových pojmů-podnik, podnikání, podnikatel, živnost. Dále jsou zde rozebrány malé a střední podniky, které jsou nedílnou součástí každé tržní ekonomiky, jejich vymezení, definice, výhody a nevýhody, podpora a možné příčiny neúspěchu. V neposlední řadě se také tato kapitola věnuje podnikatelskému plánu a jeho částem. Dále bylo nutné zdůraznit problematiku založení obchodní společnosti. Jak už napovídá název bakalářské práce, šlo o společnost s ručením omezeným, tudíž byly vysvětleny některé pojmy z této oblasti a stručně popsána tato forma podnikání, včetně jejích výhod i nevýhod. V této části bylo vycházeno jak z odborných, tak i z legislativních a internetových zdrojů a cílem bylo připravit si informace, které využiji v části praktické.

V druhé části, která již byla zaměřena prakticky, šlo o založení fiktivní společnosti s ručením omezeným-fitness centra s doplňkovými službami. Tato kapitola se zabývá z menší části postupem založení společnosti s ručením omezeným a z velké části pak vytvořením podnikatelského záměru, který byl zaměřen hlavně na podrobný marketingový plán, finanční plán, SWOT analýzu a management.

Cílem bakalářské práce bylo sestavit podnikatelský záměr se všemi potřebnými náležitostmi pro společnost s ručením omezeným v oblasti sportu.

Nakonec bylo nutné shrnout a zhodnotit podnikatelský záměr, vyvodit závěry z celé bakalářské práce a rozhodnout, zda došlo k dosažení stanoveného cíle.

2 Teoretická východiska

2.1 Základní pojmy

V této části budou vymezeny základní klíčové pojmy-podnikání, podnik, podnikatel, obchodní firma a živnost podle legislativních zdrojů, v tomto případě to bude konkrétně zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník a zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. [15]

Podnikání

Obchodní zákoník definuje podnikání jako soustavnou samostatnou činnost, na vlastní zodpovědnost a na vlastní náklady za účelem dosažení zisku. [15]

Podnik

Podnikem dle obchodního zákoníku rozumíme soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit. [15]

Podnikatel

Podnikatelem podle tohoto zákona je:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsaná do evidence podle zvláštních předpisů. [15]

Živnost

Živnost je upravena zákonem číslo 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Dle tohoto zákona je definována jako soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem. [16]

2.2 Malé a střední podnikání

Malé a střední podnikání tvoří drtivou většinu všech firem jak v naší republice, tak v celé Evropské unii. Proto mají v ekonomice své nezastupitelné místo. Nejčastější formou malého a středního podnikání je živnost a právě společnost s ručením omezeným, která nese název mé bakalářské práce. Na začátku vymezím malé a střední podniky, dále zdůrazním jejich význam, srovnám jejich výhody a nevýhody a nakonec se budu věnovat jejich podpoře a příčinám neúspěchu.

2.2.1 Vymezení malých a středních podniků

Neexistuje jednoznačné vymezení malých a středních podniků. Existuje více pojetí pro definování:

- a) podle Českého statistického úřadu se firmy dělí do tří skupin podle počtu zaměstnanců:
 - malé-do 20 zaměstnanců,
 - střední-do 100 zaměstnanců,
 - velké-100 a více zaměstnanců,
- b) podle doporučení komise EU a pojetí zákona na podporu podnikání-tato dvě pojetí jsou shodná, pro zařazení firem používají 4 kritéria: počet zaměstnanců, roční tržby, hodnota aktiv a nezávislost:
 - mikrofirma-do 10 zaměstnanců, roční obrat do 2 mil. EUR, aktiva do 2 mil. EUR,
 - malá firma-do 50 zaměstnanců, roční obrat do 10 mil. EUR, aktiva do 10 mil. EUR,
 - střední firma-do 250 zaměstnanců, roční obrat do 50 mil. EUR, aktiva do 43 mil. EUR,
- c) podle ČSSZ klasifikujeme firmy na:
 - malé organizace-do 25 zaměstnanců,
 - velké organizace-25 a více zaměstnanců. [13]

2.2.2 Význam malých a středních podniků

Jak už bylo uvedeno, úloha malých a středních firem je v ekonomice nezastupitelná a jejich význam je obrovský. Malé a střední firmy dávají podnikatelům možnost realizace vlastních představ, zajišťují konkurenci na trhu, jsou protipólem monopolů díky jejich schopnosti rychlé reakce na změny. Jsou zdrojem inovací a adaptací na měnící se potřeby spotřebitele. Snaží se působit regionálně, na lokálních trzích a jsou to právě tyto firmy, které jsou hlavním zdrojem pracovních míst v daném regionu. Malé a střední podniky nalézají uplatnění v oborech, které doplňují velkovýrobu, také v oborech, které vyžadují technickou či uměleckořemeslnou zdatnost, mohou také plnit úlohu subdodavatelů velkých podniků. [8]

2.2.3 Výhody a nevýhody malého a středního podnikání

Otázkou k zamyšlení je, zda malé a střední podniky jsou v něčem lepší v porovnání s těmi velkými. Určitě jsme schopni najít určité specifické rysy těchto podniků, které mohou být zdrojem předností, ale také nevýhod oproti velkým firmám.

Mezi výhody malých a středních podniků patří:

- *osobnost podnikatele*-tím jsou myšleny hlavně schopnosti osoby úspěšně zvládnout roli podnikatele a s tím související silná vazba podnikání na osobu podnikatele, kterou u velkých podniků většinou nenajdeme, [8]
- *organizační struktura*-u malých a středních podniků je organizační struktura jednoduchá a přehledná, což dost usnadňuje řízení a kontrolu podniku, [8]
- *rychlá reakce na měnící se podmínky trhu*-jsou nositeli nesčetných inovací a adaptací, [13]
- *menší náročnost na energii a suroviny*-tahle skutečnost pak umožňuje malým a středním podnikům dosahovat konkurenčních cen i při výrobě v malých sériích a i kapitálová náročnost na jedno pracovní místo je mnohem nižší. [13]

Mezi nevýhody malých a středních podniků patří:

- *finance*-menší finanční možnosti, zejména co se týče rodinných podniků, kde jsou hlavním finančním prostředkem rodinné úspory, [2]
- *nevyužívání maximálních kapacit*-většinou se vyrábí menší množství než je optimální a to neumožňuje získat tzv. úspory z rozsahu, [2]
- *konkurence gigantů*, [8]
- *vysoká cena úvěrů*, [8]
- *slabší pozice ve veřejných soutěžích o státní zakázky*, [13]
- *nemohou si dovolit zaměstnávat odborníky pro každou činnost*. [13]

2.2.4 Podpora malého a středního podnikání

Malé a střední podnikání se považuje za páteř evropské ekonomiky a i Česká republika se již stala státem, kde má malé a střední podnikání podstatný dopad na ekonomický i sociální vývoj země. Proto existuje řada vládních i nevládních organizací, které poskytují podporu informační, materiální i finanční a to nejen začínajícím podnikatelům. Pravidla pro poskytování podpor jsou vymezena zákonem č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání. [13]

V roce 2006 byla schválena Koncepce rozvoje malého a středního podnikání v letech 2007-2013, jejíž hlavním cílem je zajistit konkurenceschopnost v sektoru malého a středního podnikání a podpořit tak další rozvoj schopností těchto podniků.

Mezi nejvýznamnější organizace poskytující podporu patří:

- **CzechInvest**-organizace zřízená ministerstvem průmyslu a obchodu jako agentura pro podporu podnikání a investic. Zaměřuje se na zjednodušení podnikatelského prostředí.
- **CzechTrade**-organizace zřízená rovněž ministerstvem průmyslu a obchodu, pro podporu obchodu. Získává informace o zahraničních trzích, prosazuje a upevňuje pozice českých vývozců na zahraničních trzích.
- **Českomoravská záruční a rozvojová banka**-česká rozvojová banka, která napomáhá rozvoji malého a středního podnikání, infrastruktury a dalších sektorů ekonomiky vyžadujících veřejnou podporu.
- **Design centrum České republiky**-organizace v působnosti MPO, jejíž cílem je podpořit účinnou spolupráci designérů s podnikateli.

- **Hospodářská a agrární komora**-nevládní organizace zřízené ze zákona č. 301/1992 Sb., o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR, pomáhají podnikatelům prosazovat jejich zájmy před státními orgány, poskytují informační a vzdělávací servis, zprostředkovávají obchodní kontakty. [10]

2.2.5 Příčiny neúspěchu malých a středních podniků

Z jednoho milionu nově vzniklých podniků jich pouhá polovina přežije prvních osmnáct měsíců a jen jedna pětina z nich se dožije věku deseti let. [4] Proč tomu tak je? Jaké mohou být příčiny těchto neúspěchů?

Příčiny, které ohrožují existenci podniků, můžeme rozdělit do dvou skupin. Za prvé problémy všeobecného charakteru, kam můžeme zařadit vývoj ekonomiky, inflaci, fiskální a regionální politiku, politickou situaci ve státě, apod., tyto problémy ohrožují všechny podniky bez rozdílu a podnikatel má pouze minimální šanci je ovlivnit. [2] Za druhé problémy specifické, jejichž řešení leží přímo v rukou podnikatele. Tady můžeme uvést hlavně problémy spojené s nedostatkem času, nedostatek schopností vést podnik, nedostatek zkušeností podnikatele, vytváření negativního ovzduší v podniku, chyby ve financování, apod. [8]

2.3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který má rozhodující význam hlavně pro začínající podnikatele. Jeho příprava nám pomůže ujasnit si cíle a strategii podnikání, zdokonalit podnikatelský záměr a jeho přednosti, vymežit vlastní trh, zamyslet se nad finančními aspekty. Podnikatelský plán můžeme považovat za první krok k podnikatelskému úspěchu, neslouží jen jako nástroj řízení podnikatelských aktivit, ale je také dokumentem, který přináší potencionálním poskytovatelům kapitálu obraz našeho podniku. Z tohoto důvodu podnikatelský plán musí být přehledný, srozumitelný, přesvědčivý, věrohodný, realistický, promyšlený, perspektivní a měl by upozornit na konkurenční výhody. [5]

Každý podnikatelský plán má svou strukturu, která není přesně dána. Má být prezentován investorům nebo zákazníkům, proto bude obsahovat informace, které chce znát konkrétní cílová skupina, které je podnikatelský plán publikován. Dobře zpracovaný podnikatelský plán by měl obsahovat tyto části:

- **Shrnutí**-je to sumarizace nejdůležitějších bodů, které nám na první pohled pomohou zjistit podstatu podnikatelského záměru. Obsahuje jméno firmy, adresu sídla a spojení, jméno, adresu a spojení na zakladatele, předmět podnikání, právní forma, popis podnikatelského záměru, cílové skupiny zákazníků a strategie, zhodnocení manažerských a jiných dovedností, potřeba kapitálu.
- **Popis podnikání**-zde uvádíme charakteristiku odvětví podnikání, oboru a jeho specifik a důvody pro podnikání, dále krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle a nastínění postupu, jak těchto vytyčených cílů dosáhnout.
- **Marketingový plán**-v této části je prováděn výzkum trhu, kde je analyzována konkurence a zákazníci a dále jsou zde uvedeny podrobné informace o produktu či službě, cenová strategie, místo podnikání a distribuce a v neposlední řadě také marketingová komunikace a propagace, tzn. jak bude probíhat komunikace se zákazníky, jakou formou budou informováni.
- **Management**-obsahuje vše, co se týká zaměstnanců-jejich potřeba a přínos, požadovaná kvalifikace, doklady o profesní způsobilosti, informace o organizační struktuře. Součástí mohou být propočty hrubých mezd, ale ty mohou být uvedeny také ve finančním plánu.
- **SWOT analýza**-zde analyzujeme jak vnitřní faktory působící na podnikání, tzn. slabé a silné stránky, tak vnější faktory, tzn. příležitosti a hrozby. Cílem SWOT analýzy je identifikovat, do jaké míry je strategie firmy, její silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami.
- **Finanční plán**-důležitými částmi tohoto plánu jsou zřizovací a investiční výdaje, mzdové a provozní měsíční náklady, plánované příjmy a plánovaný hospodářský výsledek pro zjištění zisku či ztráty, počáteční rozvaha, prognóza cash-flow pro posouzení likvidity, bod zvratu, atd.
- **Přílohy**-doplnění toho, co se do podnikatelského plánu nevešlo, např. životopisy zakladatelů. [14]

3 Problematika založení obchodní společnosti

Téma obchodní společnosti upravuje zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. Obchodní společností podle tohoto zákona je právnická osoba, která byla zřízena za účelem podnikání. [15]

Obchodní společnosti zahrnují veřejné obchodní společnosti, komanditní společnosti, akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným, Evropské společnosti a Evropská hospodářská zájmová sdružení. Můžeme je rozdělit do dvou základních skupin, na společnosti **osobní**, kam řadíme komanditní společnosti, veřejné obchodní společnosti a také Evropská hospodářská zájmová sdružení, a společnosti **kapitálové**, které zahrnují akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným a Evropské společnosti.

Rozdíly mezi osobní a kapitálovou společností:

- Společníci osobních společností ručí za závazky společnosti neomezeně, solidárně a celým svým majetkem, zatímco společníci kapitálových společností za ně neručí vůbec nebo je jejich ručení značně omezeno.
- Na rozdíl od kapitálových společností, společníci osobních společností nemají povinnost skládat při založení společnosti základní kapitál, kromě společnosti komanditní.
- Společníci kapitálových společností se nepodílejí osobně na činnosti společnosti jako společníci osobních společností, proto osobní společnosti nemusejí zřizovat žádné orgány. [1]

Založení obchodní společnosti:

Obchodní společnosti se zakládají společenskou smlouvou podepsanou všemi zakladateli, přičemž pravost podpisů zakladatelů musí být úředně ověřena. Navíc zakladatelská smlouva s.r.o. a a.s. musí být vyhotovena ve formě notářského zápisu. Pokud lze, aby společnost založil jen jeden zakladatel, pak je zakladatelská smlouva nahrazena zakladatelskou listinou. Listina obsahuje stejné náležitosti jako smlouva. [15]

3.1 Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejjednodušší formou obchodní společnosti. Jedná se o nejrozšířenější formu obchodní společnosti v České republice. Jak už bylo výše uvedeno, společnost s ručením omezeným nám spadá do kategorie kapitálové společnosti. A jak již z tohoto názvu vyplývá, zákon této společnosti ukládá vytvoření základního kapitálu, který činí minimálně 200 000 Kč, z toho výše vkladu společníka činí alespoň 20 000 Kč. Přestože tuto společnost řadíme ke společnostem kapitálovým, přesněji řečeno stojí na pomezí kapitálové a osobní společnosti. Obsahuje totiž některé prvky osobní společnosti jako je například omezený počet společníků, omezené ručení společníků a omezená převoditelnost obchodního podílu. Právní úprava společnosti s ručením omezeným je zakotvena v obchodním zákoníku.

3.1.1 Založení a vznik a zánik s.r.o.

Je potřebné na úvod vysvětlit některé pojmy, jako jsou:

Obchodní firma:

- Je to název, pod kterým je společnost zapsána do obchodního rejstříku.
- V našem případě musí firma obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, ale postačí také zkratka „spol. s.r.o.“ nebo jen „s.r.o.“. [15]

Založení společnosti:

- Je to doba, která začíná podepsáním zakladatelského dokumentu všemi zakladateli a končí zápisem do obchodního rejstříku. [9]

Vznik společnosti:

- Je to den zápisu do obchodního rejstříku. V tento den se stává společnost právnickou osobou, která nabyla způsobilost mít práva a povinnosti. Mezi založením a vznikem ještě nemá společnost právní subjektivitu.
- Návrh na zápis do obchodního rejstříku se podává nejpozději do tří měsíců od založení společnosti. [9]

Proces založení společnosti je velice zdouhavý a obsahuje následující základní kroky:

1. uzavření společenské smlouvy formou notářského zápisu,
2. složení základního jmění společnosti, nebo jeho části,
3. získání živnostenských oprávnění,
4. zápis společnosti do obchodního rejstříku,
5. registrace společnosti u finančního úřadu. [17]

Společnost s ručením omezeným může být založena jednou osobou na základě sepsání zakladatelské listiny nebo více osobami, maximálně však padesáti, které podepisují společenskou smlouvu. Oba tyto dokumenty musí mít formu notářského zápisu.

Společenská smlouva obsahuje tyto náležitosti:

- firma a sídlo společnosti,
- určení společníků,
- předmět podnikání,
- výše základního kapitálu a výše vkladu každého společníka včetně způsobu a lhůty splacení vkladu,
- jména prvních jednatelů a způsob, jakým jednají jménem společnosti,
- jména a bydliště členů první dozorčí rady, pokud se zřizuje,
- určení správce vkladu,
- jiné údaje, které vyžaduje obchodní zákoník. [9]

Zánik společnosti:

Společnost zaniká dnem, kdy byla vymazána z obchodního rejstříku na základě rozhodnutí rejstříkového soudu o výmazu společnosti s ručením omezeným. [15]

3.1.2 Práva a povinnosti společníků, ručení společníků

Z účasti ve společnosti s ručením omezeným plynou společníkům určitá práva i povinnosti, ale také principy ručení závazků.

Práva společníků:

Mezi práva společníků patří zejména **právo na podíl na zisku**, který je společníkům vyplácen, jestliže si společnost vytvoří zisk a jeho výše závisí na velikosti obchodního podílu každého společníka. [9]

Společníci také mají **právo podílet se na řízení a kontrole společnosti**, které se uskutečňuje především skrze účast na valné hromadě. Způsob hlasování pak stanovuje společenská smlouva. [9]

Dále zde můžeme zařadit **právo společníka na informace** týkající se společnosti. Mají také právo nahlížet do účetnictví a kontrolovat obsažené údaje. Rovněž si mohou na pomoc přizvat auditora či daňového poradce a vyžádat si ověření účetní závěrky. [9]

Společníci, kterým zanikla účast, a jejich obchodní podíl přešel na společnost, mají **právo na vypořádací podíl**. [15]

Jestliže dojde ke zrušení společnosti s likvidací, společníci mají **právo na podíl na likvidačním zůstatku**, jehož výše se určuje podle poměru obchodních podílů společníků. [15]

Společníci, jejichž vklad činí minimálně 10 % základního kapitálu, disponují **právem svolat valnou hromadu**. Podají žádost, které jsou jednatele povinni vyhovět do jednoho měsíce. [15]

Dále můžeme mezi práva společníků zařadit **právo na přednostní převzetí vkladů, právo na vrácení vkladu, či právo podat jménem společnosti žalobu**. [15]

Povinnosti společníků:

První místo náleží **vkladové povinnosti**, což je povinnost splatit vklad ve lhůtě a výši stanovenou společenskou smlouvou, nejpozději pět let od vzniku společnosti. Pokud tak neučiní, může být společník valnou hromadou vyloučen. Jestliže však zaplatí dlužnou částku i s úroky z prodlení, vkladová povinnost je splněna. [9]

Společenskou smlouvou může být ustanovena tzv. **příplatková povinnost**. Ta může určit společníkům, aby přispěli na vytvoření vlastního kapitálu až do poloviny svého vkladu do základního kapitálu, přičemž příplatek je mimo vklad do základního kapitálu a nezvyšuje ani obchodní podíl společníků. Tento příplatek slouží zejména k případné úhradě ztráty. [9]

Ručení společníků:

Za závazky společnosti ručí společníci solidárně, to znamená **společně a nerozdílně**. Už z názvu vychází skutečnost, že ručení u tohoto typu společnosti je omezené, a to pouze do výše souhrnu nesplacených částí vkladů do základního kapitálu, podle stavu zápisu do obchodního rejstříku. Ručení zaniká, pokud jsou splaceny všechny vklady a je proveden zápis do obchodního rejstříku o tomto splacení. Pokud ale nejsou splaceny všechny vklady, ručí za ně všichni společníci, a to bez ohledu na to, zda splatili či nesplatili svůj vklad. [9]

3.1.3 Orgány s.r.o.

Nejvyšším orgánem společnosti s ručením omezeným je **valná hromada**, jejíž činnost a pravomoci vymezuje obchodní zákoník. Do její působnosti zejména patří:

- jmenování a odvolání jednatelů,
- schvalování účetní závěrky,
- změny stanov a společenské smlouvy,
- rozdělení zisku,
- změny základního kapitálu, a další. [17]

Statutárním orgánem společnosti s ručením omezeným jsou její **jednatelé**, kteří jsou jmenováni právě valnou hromadou. Oprávněn jednat jménem společnosti může být jeden jednatel nebo více jednatelů. V případě více jednatelů, každý z nich jedná samostatně, pokud nestanoví společenská smlouva nebo stanovy jinak. Jednatelé jsou odpovědní hlavně za chod společnosti, vedení účetnictví, informování společníků o záležitostech společnosti a povinnosti vůči úřadům. Jednatelé jsou uvedeni v obchodním rejstříku a platí pro ně zákaz konkurence. [15]

Dozorčí rada je kontrolním orgánem, který však nemusí být povinně vytvořen. Musí mít alespoň 3 členy, které rovněž jmenuje do funkce valná hromada a na které se také vztahuje zákaz konkurence. Do portfolia jejích činností patří dohled na činnost jednatelů, kontrola obchodních a účetních knih a jiných dokladů, přezkoumání účetních závěrek a podávání zpráv valné hromadě. [9]

3.1.4 Výhody a nevýhody s.r.o.

Výhody společnosti s ručením omezeným:

- z názvu vyplývající omezené ručení společníků znamená ručení pouze do výše nesplaceného vkladu,
- zákaz konkurence pro jednatele, případně členy dozorčí rady, lze jej však rozšířit i na společníky, pokud tak společenská smlouva stanoví,
- není nutný souhlas všech společníků pro přijetí některých rozhodnutí,
- vklad je možno splatit až do pěti let od vzniku společnosti, pro zápis do obchodního rejstříku musí být splaceno 30% z každého vkladu, alespoň 100 000 Kč v úhrnné výši všech vkladů,
- je možné zřídit kontrolní orgán-dozorčí radu,
- vyplacení podílu na zisku společníkům, kteří jsou fyzickými osobami, není podrobena pojistnému sociálního pojištění. [14]

Nevýhody společnosti s ručením omezeným:

- povinnost počátečního kapitálu, v tomto případě základní kapitál činí alespoň 200 000 Kč, přičemž výše vkladu společníka minimálně 20 000 Kč,
- získávání cizích zdrojů závisí na dobrém jméně a celkové důvěryhodnosti firmy, kterou si musí vybudovat. Společnost s ručením omezeným je méně důvěryhodná než ostatní osobní obchodní společnosti,
- zdlouhavý a náročný proces založení společnosti,
- zisk je zdaněn daní z příjmů právnických osob, vyplacené podíly dále ještě podléhají srážkové dani. [14]

4 Podnikatelský záměr-společnost s ručením omezeným

V praktické části bakalářské práce byla fiktivně založena malá firma, konkrétně společnost s ručením omezeným, která podniká v oblasti sportovních služeb a dalších doprovodných služeb. Založené fitness centrum, ponese název Alexandria fitness, s.r.o. a nachází se v Orlové-Lutyni. Zakladateli a společníky jsou absolvent VŠB-TU Ostrava, oboru marketing, a poměrně zkušený podnikatel Ing. Michal Sikora a studentka VŠB-TU Ostrava, oboru sportovní management, Alexandra Trlifajová. Fitness center je po celé republice nepřeborné množství a ani v Moravskoslezském kraji tomu není jinak, ale i přesto provozování takového zařízení může být úspěšné, protože stále více lidí vyhledává tyto sportovní služby.

Fitness centrum bude provozovat kvalitní posilovnu, ale také nabízet vybrané druhy nealkoholických, iontových a horkých nápojů. Postupem času by se mohly služby fitness centra ještě rozšířit např. o solárium, powerplate, atd., a tak by byly zajištěny komplexní služby zákazníkům a docílena jejich maximální spokojenost. Prozatím bude pro tyto činnosti nutné vyřídit si živnostenské oprávnění pro provozování živnosti volné, které je živnostenským zákonem definováno jako „Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti“ a také bude potřeba oprávnění pro provozování drobného občerstvení, které rovněž spadá do živnosti volné a je definováno jako „Velkoobchod a maloobchod“.

Podnik zahájí provoz v podzimních měsících roku 2011, aby se dostal do povědomí zákazníků, ale největší návštěvnost je očekávána v lednu a únoru, neboť tato doba je spjata s novoročními předsevzetími týkající se hlavně váhy.

4.1 Postup při založení Alexandria fitness, s. r. o.

V teoretické části bylo uvedeno pět stěžejních kroků, které vedou k založení společnosti. V této části jsou podrobně rozebrány a je popsáno, co vše je nutné udělat pro založení společnosti. Jak už jsem výše uvedla, otevření plánujeme již v podzimních měsících, a to konkrétně 1. 11. 2011, abychom byli připraveni na obrovskou poptávku v lednu 2012.

1. **Dne 1. 9. 2011** se konala **ustavující valná hromada**, která probíhala pod dohledem notáře, a účastnili se jí oba společníci, tzn. Alexandra Trlifajová a Ing. Michal Sikora. Byla zde projednávána společenská smlouva, které byla ještě téhož dne podepsána. Bylo nutné zvolit správce vkladu, kterým byl jmenován Ing. Michal Sikora, který podepsal písemné prohlášení o splacení vkladu. Jednatel společnosti byla zvolena Alexandra Trlifajová, která jako jednatel musela podepsat čestné prohlášení a vyhotovit podpisový vzor. Protože budeme prozatím podnikat v oblastech, které spadají do živnosti volné, není potřeba mít jakoukoli odbornou způsobilost pro provoz našeho fitness centra. Nakonec byl z ustavující valné hromady vyhotoven zápis, který musí být notářsky ověřen.
2. **Dne 5. 9. 2011** správce vkladu zřídil na své jméno **bankovní účet**, kde oba společníci vloží své vklady. Společníci se rozhodli pro minimální ZK, který činí 200 000 Kč, v případě Ing. Sikory jde o částku 150 000 Kč a Alexandra Trlifajová složí částku 50 000 Kč. Oba ji mají k dispozici v hotovosti. Jakmile je vklad splacen, banka vydává potvrzení o výši ZK a o jeho splacení.
Dne 7. 9. 2011 jsme si zažádali o **výpis z rejstříku trestů** na pobočce České pošty v Orlové prostřednictvím služby Czechpoint. Výpis jsme obdrželi po předložení občanského průkazu na počkání, za správní poplatek 50 Kč.
Dne 8. 9. 2011 byla jednatelem projednána a podepsána **smlouva o pronájmu** nebytových prostor s majitelem-firmou Rezident Group, a. s. na adrese U Moravy 808, Orlová-Lutyně.

3. **Dne 12. 9. 2011 ohlašujeme živnost** na živnostenském úřadě v Orlové, který se nachází v areálu Doubravan, Masarykova 1000, 735 14 Orlová. Na místě musíme vyplnit jednotný registrační formulář JRF, čímž provedeme všechna potřebná hlášení a registrace. K JRF přikládáme společenskou smlouvu, smlouvu o pronájmu, výpis z rejstříku trestů a čestné prohlášení odpovědného zástupce a v neposlední řadě také doklad o zaplacení ve výši 1 000 Kč za každou ohlašovanou živnost.
- Dne 19. 9. 2011** jsme obdrželi výpis z **živnostenského rejstříku**, kde nám ještě nebylo přiděleno identifikační číslo IČ.
4. **Dne 21. 9. 2011** podáváme **návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku** u Krajského soudu v Ostravě, Havlíčkovu nábřeží 1835/34, 702 00. K návrhu jsme povinni připojit potřebné dokumenty, jako je společenská smlouva, živnostenská oprávnění, souhlas vlastníka o užívání nebytových prostor, doklad o splnění vkladové povinnosti a dále pak čestné prohlášení jednatele a jeho výpis z trestního rejstříku. Výše poplatku podání návrhu na zápis činí 5 000 Kč.
- Dne 12. 10. 2011** jsme obdrželi **rozhodnutí o zápisu do OR** a zároveň jsme obdrželi IČ, tímto považujeme naši společnost za vzniklou a je nutné podotknout, že nám nastává povinnost vedení účetnictví.
- Dne 17. 10. 2011** jsme vyplnili **změnový list** pro živnostenský úřad, kde jsme uvedli přidělené IČ a na základě toho nám byl vystaven nový výpis z živnostenského rejstříku.
5. Prvním krokem nově vzniklé firmy by měla být registrace u finančního úřadu jako plátce daně. My jsme si ale tuto povinnost splnili vyplněním JRF. **Dne 12. 10. 2011** jsme obdrželi **DIČ**.

4.2 Souhrn dokumentů potřebných k založení

V části 4.1 byly potřebné dokumenty uvedeny hlavně z hlediska časové návaznosti, pro lepší orientaci uvádím rozdělení dokumentů z hlediska věcné návaznosti. Některé z těchto dokumentů pak budou doloženy jako přílohy.

Ustavující valná hromada:

- společenská smlouva (příloha č. 1),
- prohlášení správce vkladu (příloha č. 2),
- čestné prohlášení jednatele (příloha č. 3),
- podpisový vzor jednatele (není přílohou).

Živnostenský úřad:

- JRF (příloha č. 4),
- společenská smlouva (příloha č. 1),
- smlouva o pronájmu nebytových prostor (příloha č. 5),
- výpis z rejstříku trestů jednatele (příloha č. 6),
- čestné prohlášení jednatele (příloha č. 3),
- změnový list (není přílohou).

Krajský soud-návrh na zápis do OR:

- návrh na zápis (příloha č. 7),
- společenská smlouva (příloha č. 1),
- prohlášení správce vkladu (příloha č. 2),
- výpis z živnostenského rejstříku (není přílohou),
- smlouva o pronájmu nebytových prostor (příloha č. 5),
- výpis z rejstříku trestů jednatele (příloha č. 6),
- čestné prohlášení jednatele (příloha č. 3).

4.3 Podnikatelský záměr

4.3.1 Shrnutí

Popis podniku	Provoz nového a moderního fitnesscentra,
Předmět činnosti	„Provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti“- živnost volná, „Velkoobchod a maloobchod“-živnost volná.
Jméno firmy	Alexandria fitness, s.r.o.
Adresa firmy	U Moravy 808, 735 14 Orlová
Zakladatelé	Alexandra Trlifajová, Ing. Michal Sikora.
Personál	Pracovník na hlavní pracovní poměr, brigádníci.
Provozní prostory	500m ²
Kontakty	telefon: 596 514 491 email: alexandriafitness@email.cz internet: www.alexandria-fitness.cz
Základní kapitál	200 000 Kč
Financování	Vlastní zdroje ve výši 200 000 Kč, cizí zdroje ve formě bankovního úvěru ve výši 700 000 Kč.
Harmonogram	Zahájení činnosti přepokládáme 1. 11. 2011

4.3.2 Popis podnikání

Hlavní náplní podnikání je poskytování sportovních služeb. Pro zajištění komfortu zákazníků bude provozována také doplňková služba, která souvisí s drobným občerstvením přímo v místě fitness centra.

Záměrem Alexandria fitness, s.r.o. je provozovat profesionální a kvalitní služby v oblasti fitness ve městě Orlová a přispět tak k rozvoji zdravého životního stylu v tomto malém městě. Fitness centrum by mělo být místem, kam se lidé budou rádi vracet, ať už zlepšit si svou kondici nebo si odpočinout cvičením od každodenního stresu. Toho je možné dosáhnout hlavně prostřednictvím vytvoření příjemného místa s nejmodernějším vybavením, vstřícným a přátelským přístupem personálu a v neposlední řadě také dostupnými cenami.

Z časového hlediska je možné rozdělit cíle na krátkodobé a dlouhodobé. Do krátkodobých cílů jsme zařadili rozšiřování zkušeností v oboru fitness a zdravého životního stylu, přilákání zákazníku na základě dobře zvolené marketingové strategie a zaváděcích cen. Z hlediska dlouhodobých cílů je pro nás žádoucí vybudovat si základnu stálých a spokojených zákazníků, získat si a upevňovat tržní pozici, vykazovat a postupně zvyšovat zisk a na základě příjmů pak uvažovat o dalších inovacích a rozšíření podnikání.

4.3.3 Marketingový plán

Výzkum trhu

Alexandria fitness, s.r.o. bylo založeno ve městě Orlová, které se nachází asi 15 km od Ostravy, což je třetí největší město České republiky. Orlová má téměř 40 000 obyvatel, i když jejich počet bohužel začal v poslední době rapidně klesat z důvodu stěhování obyvatel do menších měst, do vlastních rodinných domů. Na trhu se zde objevují dvě fitness centra, z nich pouze jedno můžeme považovat za obrovského konkurenta. Obě podrobněji rozeberu níže v části „*Konkurence*“.

Nicméně je pravděpodobné, že i další fitness centrum může mít na zdejším trhu možnost uplatnění, protože zájem o krásná a zdravá těla stále stoupá a dvě fitness centra na 40 000 obyvatel jsou tudíž málo.

Zákazníci

Služby v Alexandria fitness, s.r.o. jsou nabízeny široké veřejnosti, bez ohledu na věk a pohlaví. Jediným věkovým kritériem pro návštěvu fitness centra je věk vyšší 15 let. Všichni, kteří mají zájem o sport, štíhlou postavu, dobrou kondici, aktivní odpočinek a zdravý životní styl k nám určitě najdou cestu.

Částečně se, ale zaměříme na věkovou kategorii 15-26 let, tzn. studenty. Právě oni mohou být potenciálními zákazníky po mnoho let. Tuto cílovou skupinu přilákáme nabídkou zlevněného vstupného.

Chtěli bychom také nabízet výhodné produkty větším i menším místním firmám, které by nakupovali zvýhodněné firemní permanentky jako benefity pro své zaměstnance.

V budoucnu si nemusí zoufat ani maminky s dětmi. Zatímco maminky budou bez obav zpět získávat svou štíhlou postavu, o jejich děti se postará naše pracovnice v dětském koutku. Současně máme v plánu rozšiřovat i další služby, abychom tak přilákali nové zákazníky.

Konkurence

Jak už bylo výše uvedeno, v Orlové se nacházejí dvě fitnesscentra, z nich pouze jedno považujeme za přímou konkurenci.

1. Fitspinn, s.r.o.

Fitspinn, s.r.o. se nachází v Orlové v areálu hotelu Sport, Na Stuchlíkovi 793. Fitness centrum se především zaměřuje na provozování spinningu, ale protože tato služba není v Alexandria fitness, s.r.o. poskytována, není ani Fitspinn považován za našeho hlavního konkurenta. Součástí tohoto centra je sice i posilovna, kterou využívá částečně i veřejnost, ale zejména ji využívá pro svou kondiční přípravu orlovský hokejový klub působící již několik let v třetí nejvyšší hokejové soutěži.

2. Sportovní a relaxační centrum studia Klára

Centrum se nachází na adrese Masarykova tř. 946, Orlová. Skládá se z několika částí. Z profesionálního solárního studia Shark, fitness centra Šembi, vířivky, dvou cvičebních sálů a také kadeřnictví a holičství

V solárním studiu se nachází osm špičkových solárií, což zajišťuje nulovou čekací dobu na opálení a odpadá nutnost rezervace, na druhou stranu ale z vlastní

zkušenosti vím, že solária nejsou vůbec vytižena. To může být způsobeno vysokou cenou.

Fitness centrum Šembi je vybaveno 37 moderními posilovacími stroji značky GRÜN SPORT. Součástí je kardiozóna, která pomáhá posilovat srdce a zvyšovat kondici. Kardiozóna zahrnuje běžecké a jiné trenažery, steppery i ortopedy.

Ve cvičebních sálech je provozován jak klasický spinning, tak také nové formy cvičení jako je zumba, fitbox a jumping. Nevýhodou je tady rezervace, kterou musíte provést osobně na místě, a lze zrušit pouze do 12 h v den cvičební lekce.

Služby poskytované centrem jsou velmi široké, navíc doplněny o dětský koutek, fitness bar, kadeřnictví a holičství. Věřím, že si zde každý najde svou aktivitu, avšak na úkor velmi vysokých nákladů.

Po rozebrání konkurence na orlovském trhu v oblasti fitness, je zřejmé, že se nemůžeme vyrovnat nabídce služeb studia Klára v takovém rozsahu, i když do budoucna plánujeme jejich rozšíření a inovace. Chceme se ale vyrovnat kvalitě a profesionalitě tak velkého studia a také nastavit ceny tak, aby to bylo výhodné jak pro nás, tak i pro naše zákazníky.

Marketingový mix

Marketingový mix je systém nástrojů, které se navzájem doplňují a ovlivňují. Protože se bakalářská práce zabývá částečně sportovním tématem, aplikujeme klasický marketingový mix do sportu. Budeme se držet nejznámějšího členění marketingového mixu podle E. J. McCartyho-tzv. čtyři „P“:

1. produkt (product),
2. cena (price),
3. místo (place),
4. marketingová komunikace, propagace (promotion)

Produkt

V našem případě budeme hovořit o sportovním produktu. Sportovní produkty jsou dvojího typu: materiální a nemateriální. Naše podnikání zahrnuje obojí.

Nemateriálním produktem nebo lépe řečeno službou, rozumíme provozování našeho fitness centra Alexandria fitness s.r.o. a současně nabídku tělesných cvičení.

Naše posilovna se skládá z 32 stanovišť ve dvou pomyslně oddělených částech. V první části se nacházejí nejmodernější posilovací stroje předního českého výrobce GRÜN SPORT. Jsou nastaveny tak, aby byly vhodné jak pro začátečníky a pokročilé, tak také pro vrcholové sportovce. V druhé části můžeme najít kardiovaskulární stroje, jako jsou např. běžící pásy, steppery, rotopedy a veslovací trenažery, které jsou prospěšné nejen našemu srdci a pro počáteční zahřátí svalů, ale také pro redukci podkožního tuku a navíc nezatěžují klouby dolních končetin.

Je tedy možné říct, že vybavení naší posilovny je velice pestré, moderní a komfortní a umožňuje procvičení a posílení všech svalových skupin lidského těla.

Materiálním produktem v našem fitness centru je doplňková služba, která souvisí s posilováním sekundárně-prodej nealkoholických, horkých, iontových nápojů a potravinových doplňků. Provozovat tuto službu jsme se rozhodli, abychom našim zákazníkům poskytli komplexnější péči a zpříjemnili jim pobyt u nás a také proto, že pitný režim u tělesných cvičení je velmi důležitý. Sortiment nápojů společně s jejich cenou bude uveden níže v části „Cena“.

Dále můžeme náš sportovní produkt rozdělit ještě na další čtyři části.

Základní obecný produkt-tím se rozumí poskytování základní služby, v našem případě se základní službou rozumí poskytování prostor a moderního zařízení pro cvičení v Alexandria fitness, s. r. o.

Očekávaný produkt-kromě základní služby v našem fitness centru zde zákazníci najdou estetické a moderní prostředí, příjemný personál s vstřícným a přátelským přístupem, čisté a slušné sociální zařízení.

Rozšířený produkt-vedle možnosti cvičení na profesionálních fitness strojích, mají zákazníci také možnost navštívit náš fitness bar a vybrat si z bohaté nabídky nápojů a potravinových doplňků.

Potencionální produkt-do budoucna se mohou naši zákazníci těšit na rozšíření našich služeb. Chystáme se pořídit dvě nová solária, službu dětského koutku a začít provozovat také moderní a zábavné formy cvičení, např. powerplate nebo powerjoga, které se na místním trhu ještě neobjevily.

Cena

Při tvorbě ceny budeme vycházet z cen konkurence. Jak už bylo uvedeno v bodě „Konkurence“, našim hlavním konkurentem je Sportovní a relaxační centrum studia Klára, které má nastaveno poměrně vysoké ceny. My budeme vycházet z těchto konkurenčních cen, a protože se nemůžeme vyrovnat velikostí a škálou nabízených služeb tak obrovského centra, konkurenceschopnost zajistíme kvalitou služeb a nižšími cenami. Ceny by neměly být příliš nízké, protože jednak je našim cílem vykazovat určitý zisk a jednak nízké ceny by mohly vyvolat podezření u zákazníků o nedostatečné kvalitě služeb.

Z počátku bychom chtěli využít možnosti zaváděcích cen k přilákání zákazníků. Vytvoříme si stálý ceník, kde budeme nabízet jak jednorázové vstupné, tak také dlouhodobé vstupné v podobě permanentek, přičemž při koupi permanentky by zákazník dostal iontový nápoj v hodnotě 30 Kč zdarma. Zlevněné jednorázové, i dlouhodobé vstupné chceme poskytovat studentům, tzn. věkové kategorii 15-26 let, přičemž podmínkou je předložení platného studentského průkazu či ISIC karty.

V tabulkách 4.1 a 4.2 jsou uvedeny ceny jednorázových a dlouhodobých vstupů v Alexandria fitness, s. r. o. V tabulkách 4.3 a 4.4 pak udáváme ceny nápojů a potravinových doplňků nabízených v našem fitness centru.

Tab. 4.1 Ceník jednorázového vstupného

Jednorázové vstupné	Cena v Kč
Dospělí	70
Studenti	55

Tab. 4.2 Ceník dlouhodobého vstupného

Permanentky	Cena v Kč	Cena za vstup v Kč
Basic-10 vstupů	650	65
Professional-15 vstupů	900	60
V.I.P.-20 vstupů	1100	55
Studentská-10 vstupů	500	50

Tab. 4.3 Ceník nápojů

Nápoj	Příchuť	Cena/množství
Aquila	neperlivá, jemně perlivá	20 Kč/0,5 l
Čaj Aquila	citron, broskev	25 Kč/ 0,5 l
Džus Rauch Happy day	pomeranč, multivitamin	20 Kč/ 0,5 l
Káva Dolce Gusto	esspreso, latte, lungo	25 Kč
Čaj	zelený, černý, ovocný	15 Kč/ 0,25 l
Red Bull	Red Bull, Sugarfree	50 Kč/0,25 l
Aktive O2 okysličená voda	třešeň, jablko-kiwi, citron	50 Kč/0,75 l
ISO Fruit Fitness	Černý bez, pomeranč	30 Kč/0,5 l
Isodrinx	Citron, pomeranč, grep	45 Kč/0,75 l
Carnitine drink 1000	Třešeň, pomeranč, grep	30 Kč/0,5 l

Tab. 4.4 Ceník potravinových doplňků

Název	Příchuť	Cena/gramáž
Müsli Pro Figure	čokoláda, oříšek, višeň	12 Kč/33 g
Excelent Protein Bar	ananas, kokos, marcipán	25 Kč/40 g
CFM Protein Bar	banán, jahoda, vanilka	40 Kč/80 g

Místo

Místo jako nástroj marketingového mixu zahrnuje dvě části:

1. umístění produktu, v našem případě služby na trhu, kde analyzujeme dostupnost místa,
2. místo distribuce produktu (služby), kde se zabýváme distribučními cestami.

Alexandria fitness, s.r.o. se nachází na adrese U Moravy 808, 735 14 Orlová.



Provozovnu jsme umístili do prostor bývalého fitness centra vzdáleného méně než 5 minut pěší chůze od centra města. Dostupnost je výborná-fitness centrum se nachází asi 5 minut od autobusových zastávek „Orlová-pošta“ a stejně tak „Orlová-střed“. Navíc zákazníci mohou využít neplaceného parkoviště hned vedle objektu.

Co se týče distribuce a distribučních cest, jsme poskytovatelé sportovních služeb, proto je distribuce prováděna prostřednictvím přímého prodeje, tzn., že služba jde od poskytovatele přímo k zákazníkovi. Předpokladem je, že zákazník musí navštívit naši provozovnu, jiným způsobem to nelze provést.

Marketingová komunikace, propagace

Komunikaci s našimi stálými i potenciálními zákazníky jsme založili hlavně na existenci webových stránek, kde bude uvedeno vše o našem fitness centru, kontakty, aktuality, chystané akce a platné ceníky. Zájemcům budou také zasílány novinky na e-mail, popřípadě prostřednictvím sms zpráv.

Chtěli bychom podat inzerát do místního tisku-Orlovských novin, které vycházejí dvakrát do měsíce a dostat se tak do povědomí místních občanů. Otevření bychom samozřejmě podpořili zaváděcími cenami a i poté by probíhaly různé akce, které by mohly přilákat novou klientelu. Zároveň bychom se chtěli dostat i na orlovské informační tabule.

Dále se chceme zviditelnit pomocí plakátů vyvěšených jak v Orlové, tak také v okolních menších obcích jako je Dolní-Lutyně, Dětmovice, Doubrava, Petřvald a Rychvald. V Orlové bychom navíc chtěli do schránek roznášet jednoduché letáčky hlavně na sídlištích (cca 5000 ks). Větší plakáty bychom umístili také do orlovských středních škol-Gymnázium a SOŠ Orlová, Obchodní akademie Orlová a Net Office Orlová a zdůraznili bychom nabízenou studentskou slevu.

Vážně se zamýšlíme nad možností využití slevových serverů a nabídky voucherů, protože podle našeho názoru je to výborná cesta, jak dát o sobě vědět a nárazově přitáhnout větší množství zákazníků. Cena za tuto službu se bude odvíjet od množství prodaných voucherů.

Uvažovali jsme také o reklamě v rádiu, ale po důkladném promyšlení jsme dospěli k názoru, že je to zbytečně nákladné a vzhledem k našim cílům i naprosto zbytečné. Chceme přilákat hlavně místní obyvatele, popřípadě obyvatelé z okolních menších obcí, nepředpokládáme příliv klientů z větších měst, proto by podle nás reklama v rádiu neměla smysl.

V neposlední řadě klademe důraz i na osobní prodej, např. budeme se snažit přesvědčit zákazníky při návštěvě našeho fitness centra ke koupi nějakého občerstvení, které nabízíme, dále je informovat o probíhajících akcích a radit jim, a to vše pomocí dobře zvolené komunikace. Důležité pro nás je také sledovat potřeby a reakce zákazníků a reagovat na ně.

Výše uvedené formy reklamy souvisí s uvedením našeho podniku na trh a budeme je realizovat v prvních měsících. V následujících měsících však plánujeme náklady na reklamu snížit a reklamu posílit v méně i více návštěvně vytížených obdobích roku a prostřednictvím benefitů přilákat zákazníky.

Provozní doba

Tab. 4.5 Provozní doba

Pondělí-neděle	09:00-21:00
-----------------------	-------------

Provozní řád

1. Zákazník se při vstupu do fitness centra prokáže permanentkou (pro držitele permanentek) nebo uhradí vstupné dle platného ceníku.
2. Vstup možný od 15 let, děti do 14 let pouze s doprovodem starším 18 let.
3. Ke cvičení je návštěvník povinen používat čistou sportovní obuv a vhodné oblečení. Vše ostatní si odloží do šatny. Cenné předměty je možné v zájmu zvýšené bezpečnosti uschovat u obsluhy recepce-baru. Za jinak uložené cennosti neručíme.
4. Zákaz vstupů s vlastními nápoji a potravinami. Zákazník má možnost se občerstvit v našem fitness baru. Doporučujeme dodržovat pitný režim v průběhu cvičení.
5. Cvičenci jsou povinni používat vlastní ručník na posilovacích strojích. Ručník je možné zapůjčit si také při vstupu na recepci za symbolický poplatek 10 Kč.
6. Zákazník nesmí ohrožovat a rušit ostatní návštěvníky fitness centra.
7. Po skončení cvičení je zákazník povinen uklidit všechno použité nářadí na své místo.
8. Musí být dodržovány všechny pokyny obsluhy, také všechny zásady bezpečnosti, hygieny a požární ochrany.
9. Přísný zákaz kouření, konzumace alkoholu a jiných omamných látek. Osobám pod vlivem těchto látek, je vstup do objektu zakázán.
10. Návštěvníci Alexandria fitness, s.r.o. jsou povinni seznámit se s tímto provozním řádem a řídit se jím.

4.3.4 SWOT analýza

Tab. 4.6 SWOT analýza

Silné stránky: <ul style="list-style-type: none">▪ zkušenosti v podnikání,▪ poměrně malá konkurence,▪ nízká cena služeb,▪ dobré umístění,▪ moderní vybavení a prostředí.	Slabé stránky: <ul style="list-style-type: none">▪ začínající společnost,▪ žádná zkušenost v oblasti fitness,▪ žádní stálí zákazníci.
Příležitosti: <ul style="list-style-type: none">▪ získání zkušeností v oboru,▪ získání stálých zákazníků,▪ vybudování dobrého jména,▪ vyhledávání firemních zákazníků,▪ možnost rozšíření služeb,▪ nabídka práce.	Hrozby: <ul style="list-style-type: none">▪ růst konkurence,▪ ekonomická situace v ČR,▪ sezónní charakter sportu.

Silné stránky:

Za naši největší výhodu považujeme poměrně velkou zkušenost s podnikáním, protože jeden ze společníků Ing. Michal Sikora stál v čele již několika společností a dokonce provozoval vlastní podnikání. Jak už bylo několikrát uvedeno, v Orlové pro nás existuje pouze jeden hlavní konkurent, proto jsme malou konkurenci zařadili mezi naše silné stránky. Kritériem pro výběr našeho fitness centra by mohla být i nízká cena našich služeb. Pro naši provozovnu jsme zvolili výborné umístění, které je velmi dobře dostupné. A protože se v těchto prostorech nacházelo fitness centrum již dříve, ušetřili jsme náklady spojené s velkými stavebními úpravami těchto prostor a také doufáme, že si k nám najdou cestu bývalí zákazníci tohoto objektu. Zákazníky chceme přilákat na příjemné a moderní prostředí a profesionální vybavení posilovny.

Slabé stránky:

Jsme začínající společnost, zkušenosti s podnikáním a vedením sice máme, ale chybí nám ty z oboru, ve kterém podnikáme, tzn. fitness. Stejně tak nám chybí stálí zákazníci.

Příležitosti:

Ani chybějící zkušenosti v oboru, ani absenci stálých zákazníků nepovažujeme za obrovský problém. Postupně získáme zkušenosti a pomocí dobře zvolené a dostatečné reklamy a samozřejmě kvality našich služeb získáme také stálé zákazníky. Postupem času si chceme upevňovat pozici na trhu a vybudovat a propagovat naše dobré jméno. Nejlepší způsob propagace našeho jména by samozřejmě byl prostřednictvím našich spokojených zákazníků. Perspektivu spatřujeme také v nabídce služeb okolním firmám a věříme, že by svou spokojenost s námi šířili dál. Naše podnikání bychom chtěli dále rozšiřovat o další služby, aby našim zákazníkům nic nechybělo a nemuseli je vyhledávat jinde. Založením nové firmy také vzniká možnost vytvoření pracovních míst, což je příležitost hlavně pro místní obyvatele.

Hrozby:

Hrozbou pro nás samozřejmě zůstává možnost objevení nových konkurentů na místním trhu. Dále pak ekonomická situace v ČR, kvůli které musíme počítat s menší návštěvností. Menší návštěvnost hrozí také z důvodu sezónního charakteru tohoto sportu, my se tomu ale budeme snažit předejít tím, že v méně vytížených obdobích si pro návštěvníky přichystáme různé akce.

4.3.5 Management

Management zahrnuje vše, co se týká vedoucích pracovníků a zaměstnanců. Ve vedení firmy stojí oba společníci Alexandra Trlifajová a Ing. Michal Sikora.

Na jedné straně stojí zkušený podnikatel Michal Sikora, který se nebojí podnikat v nových oblastech a i v neúspěchu vidí zkušenost, na druhé straně stojí studentka sportovního managementu Alexandra Trlifajová, která v tomhle společném podnikání vidí způsob jak propojit sport se zaměstnáním a získávat cenné zkušenosti ještě během studií.

Alexandra Trlifajová je zodpovědná v Alexandria fitness, s.r.o. za tvorbu a spravování webových stránek, vedení administrativy firmy, zajištění reklamy a za výběr zaměstnanců a dohled nad nimi. Michal Sikora je zodpovědný za tvorbu marketingové strategie a produktů, průzkum trhu, aktivní vyhledávání firemních zákazníků a přebírá také dohled nad účetnictvím.

Pro provoz fitness centra bude nezbytné přijmout několik zaměstnanců. Zpočátku budou vykonávat úlohu obsluhujícího personálu také sami společníci, a to z důvodu šetření nákladů. Později bude přijata jedna osoba na plný úvazek.

Dále se vedení rozhodlo přijmout několik studentů, kteří budou pracovat a střídat se tak, aby byl zajištěn plynulý chod fitness centra. Brigádníky jsme zvolili pro ušetření nákladů, neboť jejich mzdy se nedaní ani nepodléhají žádným odvodům.

Náplň práce obsluhujícího personálu:

- obsluha fitness-baru,
- péče o zákazníky,
- úklid po zavírací době.

Požadavky:

- kladný vztah ke sportu,
- příjemné vystupování,
- vstřícný přístup,
- flexibilita.

4.3.6 Finanční plán

Zřizovací výdaje

Zřizovací výdaje jsou nezbytné výdaje spojené se zahájením našeho podnikání. Zařadíme tady výdaje, které musíme vynaložit na administrativu, aby mohla společnost vzniknout. V tabulce 4.7 jsou uvedeny položky zřizovacích výdajů.

Tab. 4.7 Zřizovací výdaje

Živnostenská oprávnění	1000 Kč
Zápis do obchodního rejstříku	5000 Kč
Výpis z rejstříku trestů	50 Kč
Služby notáře	7000 Kč
Celkem	13 050 Kč

Investiční výdaje

Investiční výdaje zahrnují počáteční výdaje spojené s nákupem vybavení fitness centra. Naší obrovskou výhodou je, že náš podnik byl zřízen v prostorách bývalého fitness centra. Odpadá nám tedy nutnost velkých stavebních úprav, protože prostory vyhovují přímo našim požadavkům a jsou ve velmi dobrém stavu. Dále tady bývalý majitel fitness centra zanechal funkční klimatizaci a zátěžový koberec ve výborném stavu. Bude nutné tedy pouze provést novou výmalbu celých prostor.

Investiční výdaje Alexandria fitness, s.r.o. činí **880 230 Kč**, z toho posilovací stroje byly zakoupeny ve výši 780 000 Kč. Posilovací stroje spadají do dlouhodobého hmotného majetku a podléhají odpisům. Spadají do 1. odpisové skupiny s dobou odpisu 3 roky. Zvolili jsme metodu rovnoměrného odepisování dlouhodobého hmotného majetku, odpisy budou odepisovány ročně podle koeficientů 1. odpisové skupiny (viz níže).

Souhrn vybavení fitness centra je uveden v příloze č. 8.

Rovnoměrné odepisování posilovacích strojů:

Posilovací stroje byly zakoupeny za pořizovací cenu 780 000 Kč. Budou odepisovány po dobu 3 let podle pravidel a koeficientů 1. odpisové skupiny. První rok bude odepsána částka ve výši 156 000 Kč (20% z pořizovací ceny), následující 2 roky odepíšeme vždy na konci roku částku 312 000 Kč (40% z pořizovací ceny).

Zdroje kapitálu

Vlastní kapitál činí 200 000 Kč. Společníci se na něm nepodílejí rovnoměrně, Ing. Michal Sikora vložil částku 150 000 Kč a připadá mu 70% podíl na zisku, Alexandra Trlifajová vložila částku ve výši 50 000 Kč a náleží jí 30% podíl. Protože investiční výdaje se vyšplhaly k částce téměř 900 000 Kč, bude třeba využít cizích zdrojů. My jsme zvolili 700 000 Kč ve formě bankovního úvěru u Komerční banky, se splatností na pět let, při úrokové sazbě 12,2%, poplatek za vedení úvěrového účtu bude činit 300 Kč měsíčně.

Profi úvěr FIX

Výše úvěru	700 000 Kč
Doba splatnosti	60 měsíců
Úroková sazba p.a.	11,5%
Měsíční splátka	15 642 Kč

Mzdové náklady

Pracovník na hlavní pracovní poměr:

▪ Hrubá mzda	15 000 Kč
▪ Odvod sociálního a zdravotního pojištění (34%)	5 100 Kč
▪ Mzdové náklady	20 100 Kč

Brigádníci (3x):

▪ Mzda za hodinu	50 Kč
▪ Mzda měsíčně	14 400 Kč

<i>Náklady na mzdy celkem za měsíc:</i>	34 500 Kč
---	------------------

<i>Náklady na mzdy celkem za rok:</i>	414 000 Kč
---------------------------------------	-------------------

Předpokládané provozní měsíční náklady

Některé z provozních nákladů jsou neměnné, např. nájem, splátka bance, poplatky za vedení účtů, internet. Ostatní náklady jsou uvedeny v průměrných měsíčních částkách, které mohou být zvyšovány i snižovány podle našich potřeb, zejména náklady na reklamu a zboží. Položka vedení účtů zahrnuje 300 Kč za vedení úvěrového účtu a 179 Kč za vedení běžného účtu, oba účty jsou vedeny u KB.

V tab. 4.8 jsou uvedeny předpokládané měsíční náklady na provoz Alexandria fitness, s.r.o., od února 2012 budou provozní náklady stejné i v následujících měsících, kromě prosince 2012 a 2013, kdy musíme odepsat posilovací stroje.

Tab. 4.8 Náklady na provoz (měsíčně v Kč)

	Listopad 2011	Prosinec 2011	Leden 2012	Únor 2012
Nájem vč. služeb	0	40 000	40 000	40 000
Splátka úvěru	15 642	15 642	15 642	15 642
Internet	300	300	300	300
Vedení účtů	479	479	479	479
Reklama	10 000	10 000	10 000	5 000
Telefon	0	1 000	1 000	1 000
Zboží	6 000	4 000	4 000	4 000
Údržba strojů	0	1 000	1 000	1 000
Ostatní	500	500	500	500
Odpisy	0	156 000	0	0
Mzdy vč. odvodů	0	34 500	34 500	34 500
Celkem	32 921	263 421	107 421	102 421

Předpokládané výnosy

Protože nabízíme jednorázové vstupné i několik druhů permanentek, je složité stanovit přesný počet prodaných druhů permanentek. Vycházíme z toho, že v nevytíženějších obdobích, tzn. v lednu a únoru očekáváme až 120 návštěvníků denně, je to reálné číslo, které bylo konzultováno s provozovatelem malého ostravského fitness centra. Toto fitness centrum se nachází na okraji Ostravy, je malé a poměrně zastaralé, těží pouze z nízkých cen, které odpovídají kvalitě posilovacích strojů. Majitel nám poskytl veškerou dokumentaci týkající se návštěvnosti.

- *Jednorázové vstupy:*

Průměrná cena: $(70+55)/2=62,5$ Kč

Předpokládáme, že 30% výnosů ze všech vstupů budou tvořit jednorázové vstupy

- *Permanentky:*

Průměrná cena: $(50+55+60+65)/4=57,5$ Kč

Předpokládáme, že 70% výnosů ze všech vstupů budou tvořit permanentky.

- *Bar:*

Průměrná prodejní cena produktů, které nabízíme ve fitness baru je **27,85 Kč**.

Protože v provozním řádu v bodě 4. je uvedeno, že nejsou povoleny vlastní nápoje, předpokládáme, že si každý návštěvník u nás zakoupí alespoň jeden nápoj.

V tabulkách 4.9, 4.10 a 4.11 budou uvedeny předpokládané měsíční výnosy a počet zákazníků v letech 2011, 2012 a 2013. V grafu 4.1 pak budou tyto výnosy (viz tab. 4.10 a 4.11) pro srovnání znázorněny křivkami.

Tab. 4.9 Předpokládané výnosy v období od 1. 11. 2011 do 31. 12. 2011 (v Kč)

Měsíc	Počet návštěvníků/den	Výnosy ze vstupů	Výnosy-bar	Celkem
Listopad	30	56 250	25 065	81 315
Prosinec	40	72 000	33 420	105 420

Výnosy celkem 2011: **186 735 Kč**

V tabulce 4.9 jsou uvedeny úvodní měsíce podnikání, kdy očekáváme nižší výnosy z důvodu zahájení podnikání a malého povědomí o naší firmě. V listopadu 2011 proto uvažujeme pouze o výnosech z jednorázových vstupů (100%), protože očekáváme, že zákazníci si nejdříve naše služby vyzkoušejí, než si zakoupí permanentku. V prosinci 2011 očekáváme již 50% výnosů z permanentek a 50% výnosů z jednorázových vstupů. V následujících měsících už počítáme s 30% výnosů z jednorázových vstupů a 70% výnosů plynoucích z prodeje permanentek, protože pro zákazníka je to mnohem výhodnější.

Tab. 4.10 Předpokládané výnosy v období od 1. 1. 2012 do 31. 12. 2012 (v Kč)

Měsíc	Počet návštěvníků/den	Výnosy ze vstupů	Výnosy-bar	Celkem
Leden	100	177 000	83 550	260 550
Únor	100	177 000	83 550	260 550
Březen	90	159 000	75 195	234 195
Duben	70	123 900	58 485	182 385
Květen	50	88 500	41 775	130 275
Červen	40	60 450	33 420	93 870
Červenec	30	53 100	25 056	78 156
Srpen	30	53 100	25 056	78 156
Září	50	88 500	41 775	130 275
Říjen	70	123 900	58 485	182 385
Listopad	80	141 600	66 840	208 440
Prosinec	70	123 900	58 485	182 385

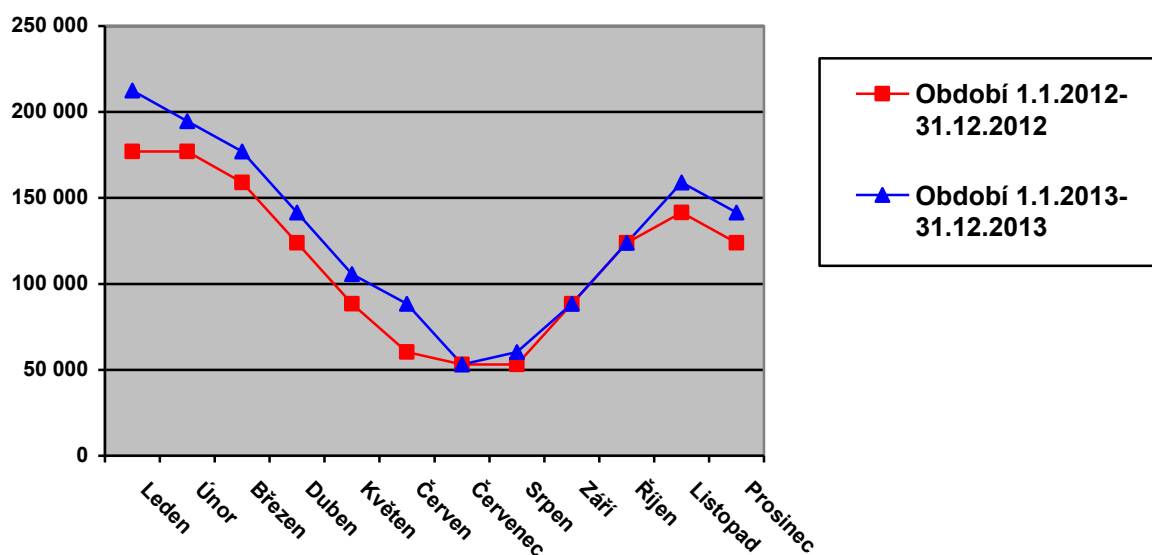
Výnosy celkem 2012: **2 021 622 Kč**

Tab. 4.11 Předpokládané výnosy v období od 1. 1. 2013 do 31. 12. 2013 (v Kč)

Měsíc	Počet návštěvníků/den	Výnosy ze vstupů	Výnosy-bar	Celkem
Leden	120	212 400	100 260	312 660
Únor	110	194 700	91 905	286 605
Březen	100	177 000	83 550	260 550
Duben	80	141 600	66 840	208 440
Květen	60	105 750	50 130	155 880
Červen	50	88 500	41 775	130 275
Červenec	30	53 100	25 056	78 156
Srpen	40	60 450	33 420	93 870
Září	50	88 500	41 775	130 275
Říjen	70	123 900	58 485	182 385
Listopad	90	159 000	75 195	234 195
Prosinec	80	141 600	66 840	208 440

Výnosy celkem 2013: **2 282 131 Kč**

Graf 4.1 Předpokládané výnosy ze vstupů



Každý měsíc budou výnosy značně ovlivňovány sezónním charakterem tohoto podnikání. Z grafu můžeme jednoduše vyčíst tuto sezónnost.

Nejvyšší výnosy v lednu a únoru postupně klesají. V letních měsících nastává doba dovolených a navíc jsme ohroženi sezónní konkurencí, lidé se věnují indoorovým sportům, např. tenisu, beachvolejbalu, plavání, apod.

Zůstávají pouze stálí zákazníci, kteří pečují o své tělo pravidelně několikrát týdně. V září očekáváme zlepšení a vzestup, ale v prosinci může dojít opět k mírnému poklesu z důvodu předvánočního shonu.

Celkové výnosy v roce 2013 jsou o něco málo vyšší než v roce 2012. Je to způsobeno tím, že v roce 2013 už jsme se dostali do povědomí lidí a vybudovali jsme si určitou pozici na trhu. Jinak se dá očekávat, že roční výnosy budou převážně dost podobné.

Plánovaný hospodářský výsledek v prvních 3 letech podnikání

Tab. 4.12 HV

	do 31. 12. 2011 2 měsíce	do 31. 12. 2012 12 měsíců	do 31. 12. 2013 12 měsíců
Výnosy ze služeb a prodeje	186 735 Kč	2 021 622 Kč	2 282 131 Kč
Celkové náklady	409 622 Kč	1 546 052 Kč	1 541 052 Kč
○ Náklady na zboží	10 000 Kč	48 000 Kč	48 000 Kč
○ Zř.+ Inv. výdaje (kromě strojů)	113 280 Kč	0	0
○ Provozní náklady	251 842 Kč	1 084 052 Kč	1 079 052 Kč
▪ <i>nájem, vč. Služeb</i>	<i>40 000 Kč</i>	<i>480 000 Kč</i>	<i>480 000 Kč</i>
▪ <i>odpisy</i>	<i>156 000 Kč</i>	<i>312 000 Kč</i>	<i>312 000 Kč</i>
▪ <i>splátka úvěru</i>	<i>31 284 Kč</i>	<i>187 704 Kč</i>	<i>187 704 Kč</i>
▪ <i>vedení účtů</i>	<i>958 Kč</i>	<i>5 748 Kč</i>	<i>5 748 Kč</i>
▪ <i>internet</i>	<i>600 Kč</i>	<i>3 600 Kč</i>	<i>3 600 Kč</i>
▪ <i>reklama</i>	<i>20 000 Kč</i>	<i>65 000 Kč</i>	<i>60 000 Kč</i>
▪ <i>telefon</i>	<i>1 000 Kč</i>	<i>12 000 Kč</i>	<i>12 000 Kč</i>
▪ <i>údržba</i>	<i>1 000 Kč</i>	<i>12 000 Kč</i>	<i>12 000 Kč</i>
▪ <i>ostatní</i>	<i>1 000 Kč</i>	<i>6 000 Kč</i>	<i>6 000 Kč</i>
○ Mzdové náklady	34 500 Kč	414 000 Kč	414 000 Kč
HV před zdaněním	-222 887 Kč	475 570 Kč	741 079 Kč
HV po zdanění*	-222 887 Kč	385 212 Kč	600 274 Kč

* daň z příjmů právnických osob činí 19%

Tabulka 4.12 uvádí HV v prvním roce podnikání, resp. v prvních dvou měsících, kdy se ještě pohybujeme v záporných hodnotách. To je způsobeno položkou investičních výdajů, kromě posilovacích strojů, které se budou objevovat v nákladech 3 roky v podobě odpisů. Dále tabulka uvádí hospodářské výsledky následujících 2 let podnikání, kdy už vykazujeme zisk.

Některé náklady musely být zpočátku vyšší, ale teď už mohou být mírně sníženy, zejména náklady na zboží (1. měsíc 6 000 Kč, potom už 4000 Kč) a reklama, u které byly náklady na propagaci nejvyšší v prvních třech měsících podnikání, poté jsme je snížili na polovinu (z 10 000 Kč na 5 000 Kč) a posílíme ji až v méně návštěvně vytížených měsících. Některé náklady jsou neměnné-nájemné, splátka úvěru, vedení účtů, internet, údržba, odpisy a mzdy. Telefon a ostatní položka ostatní se mohou měsíčně lišit, ale my jsme stanovili průměrnou částku, kolem které se bude reálná hodnota pohybovat.

Hotovostní tok CF

V následujících tabulkách 4.13 a 4.14 jsou uvedeny hotovostní toky za tři roky podnikání. Částky jsou uvedeny v českých korunách.

Tab. 4.13 Cash-flow 2011

	Listopad	Prosinec
PSPP	900 000	55 114
Příjmy	81 315	105 420
Výdaje	926 201	263 421
CF	-844 886	-158 001
KSPP	55 114	-102 887

Konečný stav peněžních prostředků v roce 2011 se pohybuje v záporných hodnotách. Znamená to, že naše společnost není platebně schopná. Je to způsobeno vysokou částkou investičních výdajů a zároveň nízkými příjmy ze začátku podnikání. Tuto situaci vyřešíme použitím soukromých finančních zdrojů jednoho ze společníků, Ing. Michala Sikory.

Zdrojem údajů jsou tabulky 4.8 Provozní měsíční výdaje a 4.9 předpokládané příjmy v roce 2011.

Tab. 4. 14 Cash-flow 2012 a 2013

2012	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
PSPP	-102 887	50 242	208 371	340 145	420 109	447 963
Příjmy	260 550	260 550	234 195	182 385	130 275	93 870
Výdaje	107 421	102 421	102 421	102 421	102 421	102 421
CF	153 129	158 129	131 774	79 964	27 854	-8 851
KSPP	50 242	208 371	340 145	420 109	447 963	439 412
	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PSPP	439 412	415 147	390 891	418 745	498 709	604 982
Příjmy	78 156	78 156	130 275	182 385	208 440	182 385
Výdaje	102 421	102 421	102 421	102 421	102 421	414 421
CF	-24 256	-24 256	27 854	79 964	106 019	-232 036
KSPP	415 147	390 891	418 745	498 709	604 982	372 946
2013	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
PSPP	372 946	583 185	767 369	924 498	1 030 517	1 083 976
Příjmy	312 660	286 605	260 550	208 440	155 880	130 275
Výdaje	102 421	102 421	102 421	102 421	102 421	102 421
CF	210 239	184 184	158 129	106 019	53 459	27 854
KSPP	583 185	767 369	925 498	1 030 517	1 083 976	1 111 830
	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PSPP	1 111 830	1 087 565	1 079 014	1 106 868	1 186 832	1 318 606
Příjmy	78 156	93 870	130 275	182 385	234 195	208 840
Výdaje	102 421	102 421	102 421	102 421	102 421	414 421
CF	-24 265	-8 551	27 854	79 964	131 774	-205 581
KSPP	1 087 565	1 079 014	1 106 868	1 186 832	1 318 606	1 113 025

V lednu 2012 se již dostáváme do kladných hodnot KSPP, protože přichází vrchol sezóny, a my tak máme dostatek peněžních prostředků na krytí našich platebních závazků. Konečné stavy mají vzestupný charakter, mírné snížení přichází vždy s nástupem léta a na konci roku, kdy odepisujeme stroje.

Na těchto peněžních tocích se nám dokonale zobrazuje sezónnost našeho podnikání. Pro nás je důležité, že KSPP se pohybují jen v kladných hodnotách a mají rostoucí tendenci.

Údaje pro tabulku 4.14 byly použity z tabulek 4.8, 4.10 a 4.11.

5 Shrnutí výsledků šetření

Po zpracování podnikatelského plánu, můžeme konstatovat, že naše podnikání by mohlo být úspěšné. I když je trh fitness centry přesycen, my chceme provozovat kvalitní služby v nejmoderněji vybaveném fitness centru, navíc za rozumné ceny.

Po provedení analýzy trhu je zřejmé, že naše podmínky pro provozování fitness centra jsou příznivé, z důvodu malé konkurence a dalších faktorů. V marketingovém plánu byl podrobně rozebrán produkt, výhodná vybraná lokalita pro podnikání, příznivé ceny a hlavně rozmanité formy reklamy a propagace. Alexandria fitness, s.r.o. má co nabídnout a postupně si má možnost vybudovat stálou pozici na místním trhu.

Po propočtení HV na 3 roky dopředu jsme zjistili, že Alexandria fitness, s.r.o. může dosáhnout úspěšnosti z hlediska výnosnosti. V prvním roce sice vykazujeme ztrátu z důvodu vysokých investic do profesionálního a moderního vybavení fitness centra, ale tento vývoj jsme očekávali. Určitý zisk už ale vykazujeme v druhém roce a můžeme očekávat mírně vzestupnou tendenci, jak naznačuje třetí rok.

Sestavením prognózy CF jsme se ujistili, že naše společnost je platebně schopná, vypovídají o tom kladné konečné stavy.

Bylo potřeba využít cizích zdrojů pro pokrytí počátečních nákladů. Rozhodli jsme se pro bankovní úvěr na 5 let, po splacení tohoto úvěru můžeme uvažovat o rozšiřování služeb Alexandria fitness, s. r. o.

6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo sestavit podnikatelský záměr se všemi potřebnými náležitostmi pro společnost s ručením omezeným v oblasti sportu.

Aby došlo k dosažení vytyčeného cíle, bylo nutné seznámit se s problematikou obchodních společností a podnikatelského záměru. Nejdůležitější pojmy byly definovány v teoretické části a sloužily jako výchozí podklad k praktické části.

V praktické části byl proveden celý proces založení fitness centra, fiktivní společnosti s ručením omezeným. Bylo třeba dát dohromady důležité dokumenty, získat nutná oprávnění a docílit zápisu do obchodního rejstříku. Tímto okamžikem již bylo možné začít podnikat. Dalším důležitým krokem a zároveň jedním z hlavních cílů práce bylo sestavit srozumitelný podnikatelský plán. Každý podnikatelský plán má jinou strukturu, do podnikatelského plánu Alexandria fitness, s.r.o. byly zahrnuty části, které jsou zahájení našeho podnikání stěžejní. Bylo provedeno shrnutí, marketingový plán včetně výzkumu trhu a marketingového mixu, rozbor podnikání a managementu, SWOT analýzu a v neposlední řadě finanční analýzu, kde byly vypočítány náklady na provoz fitness centra, předpokládané výnosy, hospodářské výsledky za 3 roky a sestavena prognóza cash flow za tříleté období.

Cíl, který byl vytyčen v úvodu, byl splněn. Byl sestaven podnikatelský záměr pro fiktivní fitness centrum, založené jako společnost s ručením omezeným. Místem podnikání bylo zvoleno menší město se 40 000 obyvateli. Podle provedeného výzkumu trhu zde existuje poměrně velká šance na úspěch. Hlavní myšlenkou podnikání je nabízení kvalitních služeb v oblasti fitness v malém a moderním fitness centru za velmi příznivé ceny. Informovanost potenciálních zákazníků je zajištěna dostatečnou a vhodnou reklamou. Protože záměrem, bylo vytvořit profesionální a moderní prostředí, bylo třeba vynaložit značné prostředky na vybavení, takže ze začátku nemůžeme počítat se zisky.

Tato bakalářská práce může být návodem do budoucna jak pro mě, tak také pro další mladé a nezkušené začínající podnikatele, kteří se chtějí pohybovat ve sportovní oblasti, nasbírat zkušenosti, zúročit a hlavně převést vědomosti, z teoretické roviny do praktické.

Seznam použité literatury

- [1] BARTOŠÍKOVÁ, M.; ŠTENGLOVÁ, I. *Společnost s ručením omezeným*. Praha: C. H. Beck, 2003. 580 s. ISBN 80-7179-734-0.
- [2] BARROW, C. *Základy drobného podnikání*. přel. S. Jurečka. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 200 s. ISBN 80-7169-232-8.
- [3] DURDOVÁ, I. *Základní aspekty marketingu ve sportu*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA 2009. 88 s. ISBN 978-80-248-0827-7.
- [4] DVOŘÁK, T. *Společnost s ručením omezeným*. 3. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2008, 454 s. ISBN 978-80-7357-344-7
- [5] FOTR, J.; SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [6] HINGSTON, P. *Začněte podnikat*. Přel. J. Langmajer. 1. vyd. Praha: Euromedia Group-Knižní klub, 2002. 191 s. ISBN 80-242-0830-5
- [7] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8
- [8] MIKUŠOVÁ, M. *Podnikání v praxi. Praktický průvodce pro podnikatele*. Ostrava: Arnet on Line, a.s., 2004. 191 s. ISBN 80-239-3953-X.
- [9] MIKUŠOVÁ, M. *Manažer malé a střední firmy*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2002. 290 s. ISBN 80-240-0099-3.
- [10] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- [11] TOMEK, G.; VÁVROVÁ, V. *Marketing od myšlenky k realizaci*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007. 308 s. ISBN: 978-80-86946-45-0.
- [12] TYRLÍK, O. *Provozní management*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2007. 87 s. ISBN 978-80-248-1623-4.
- [13] VEBER, J.; SRPOVÁ, S. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [14] WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Přel. J. Pondělíček. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN: 80-7261-075-9.
- [15] Zákon č. 517/1991 Sb., Obchodní zákoník.
- [16] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

[17] business.center.cz [online]. 2011. [cit. 2011-3-22]. Dostupný z [www:
http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/](http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/)

Seznam zkratek

a. s. – akciová společnost

CF – cash-flow

ČR – Česká republika

ČSSZ – Česká správa sociálního zabezpečení

DIČ – daňové identifikační číslo

EU – Evropská unie

HV – hospodářský výsledek

IČ – identifikační číslo

JRF – jednotný registrační formulář

KB – Komerční banka

KSP – konečný stav peněžních prostředků

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

OR – obchodní rejstřík

PSPP – počáteční stav peněžních prostředků

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

ZK – základní kapitál

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst.3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Společenská smlouva

Příloha č. 2 – Prohlášení správce vkladu

Příloha č. 3 – Čestné prohlášení jednatele

Příloha č. 4 – JRF

Příloha č. 5 – Smlouva o nájmu nebytových prostor

Příloha č. 6 – Výpis z rejstříku trestů

Příloha č. 7 – Návrh na zápis do OR

Příloha č. 8 – Soupis vybavení Alexandria fitness, s.r.o.

Příloha č. 9 – Dotazník